

Структурные особенности никнеймов социальной сети ВКонтакте (г.Казани)
Интернет, никнейм, словесный знак, социальная сеть

Настоящее исследование посвящено анализу структурных особенностей никнеймов пользователей социальной сети ВКонтакте, зарегистрированных на территории города Казани.

На сегодняшний день Интернет прочно вошел в нашу обыденную жизнь. Он является самым универсальным и популярным среди всех современных средств дистанционного общения, именно поэтому люди проводят во всемирной сети всё больше времени. Интернет - это средство общения между людьми посредством электронной почты, веб-сайтов, форумов, гостевых книг, систем ICQ, WhatsApp, электронных конференций, чатов, социальных сетей.

Существует множество социальных сетей, которые созданы с целью общения в Интернете, например: ВКонтакте, Facebook, Twitter, Instagram, Wechat, Одноклассники, Мой мир в mail.ru и т.д. Одной из самых популярных социальных сетей в России является сеть ВКонтакте. Пользователи ВКонтакте имеют огромное количество возможностей – не только обмениваться сообщениями друг с другом, но и показывать фото и видео, добавлять к себе на страничку любимую музыку, смотреть фильмы, играть в игры, вступать в сообщества по интересам или создавать их.

В виртуальном пространстве современный человек стал немислим без сетевого имени – никнейма, которое дало ему возможность создать себе образ, скрыв своё реальное «Я».

Никнейм (ник; англ. Nickname – первоначально «кличка», «прозвище»), также сетевое имя – псевдоним, используемый пользователем в Интернете, обычно в местах общения. Никнейм, который человек выбирает себе сам, это своеобразная роль, образ или маска, которую можно легко поменять при необходимости. По никнейму можно узнать об увлечениях, предпочтениях, чертах характера, интеллектуальных способностях того или иного пользователя. Никнейм – это своеобразная самопрезентация, визитная карточка, которая предъявляется виртуальному обществу для идентификации и привлечения внимания.

Материалом для исследования послужили личные имена пользователей (никнеймы), извлеченные из российской социальной сети ВКонтакте города Казани.

Создание никнейма – это творческий процесс. Даже в такой социальной сети, как в ВКонтакте, в которой пользователи стараются сохранить свои реальные имя и фамилию, многие стремятся быть неординарными.

Зрительное восприятие никнейма в социальной сети является немаловажным фактором, так как разнообразное графическое оформление сразу обращает на себя внимание. Иногда никнеймы представляют собой смесь русских, английских и татарских, прописных и строчных букв, цифр, различных знаков, символов.

В большинстве случаев особенности никнеймов зависят от их состава, от вида словесных знаков, из которых они построены.

Д.И.Ермолович в зависимости от состава выделяет три группы прозвищ: антропонимические, смешанные и несобственные [Ермолович 2005: 256].

Никнеймы несомненно обладают схожими с прозвищами характеристиками, мы можем выделить следующие виды никнеймов: антропонимические, апеллятивные и смешанные.

Естественно, данная классификация весьма условная. По мнению Д.И.Ермоловича, прозвища, в нашей случае никнеймы, соединяют в себе характеристики различных категорий. Так, например, формальное преобразование антропо-

нима часто даёт ник, совпадающий с нарицательными словами [Ермолович 2005: 256].

Рассмотрим никнеймы пользователей социальной сети ВКонтакте города Казани в соответствии с предложенной выше классификацией.

1) Антропонимические никнеймы.

В эту группу входят никнеймы, которые обозначают фамилии и личные имена пользователей: *Юлия Журавлёва, Валерия Нестерова, Алсу Файзрахманова, Рихшат Сафаров, Руслан Галимов, Максим Гаврилов, Галия Хафизова.*

Нам встретились еще имена известных лиц: *Наталья Орейро, Джонни Депп, Джонни Уокер, Бред Питт, Анджелина Джоли, Майк Тайсон, Кира Найтли, Мария Шарапова.*

Имена, указанные выше, выступают как прецедентные, под которыми в работе понимаются «индивидуальные имена, связанные или с широко известным текстом, или с прецедентной ситуацией» [Чистова 2009: 26]. Они характеризуют знание общечеловеческих ценностей, увлечения человека и его интересы.

Однако пользователи изобретают необычные никнеймы, так как в языке социальной сети часто повторяются имена собственные для именованых лиц.

Выделим следующие способы образования антропонимических ников.

1. Сохранение первоначального состава полного имени и/или фамилии: *Линар Гатауллин, Настя Макарова, Елена Фролова, Anastasia Klimova, Альберт Галеев, Тимур Камалеев, Alina Barilova, Ivan Filatov, Е-Л-Е-Н-А Курнаева, Б-о-г-д-а-н, Ирина Штыкалю-К, Рәстәм Амаков и др.*

2. Усечение имени или фамилии, просторечные и уменьшительно-ласкательные формы: *Эльвирочка Валиуллина, Элинушка Салимгареева, Женёк Спирин, Юляша Антонова, Катюшка Победина, Ленуська Пичугова, Индирочка Мальякова, Иришка Шигаева, Настенька Соболева, Ксюнечка Прекрасная, Тимур Т.а., Николай А, А.Б., Кирочка М., Алексей М, Амир М****, Луиза М., Капуров К.б., Виктор К., Макс К, Ксюшка К@рамелькина и др.*

Из приведенных выше примеров видно, что у пользователей пользуются популярностью официальные формы, такие как фамилия и имя, инициалы.

3. У пользователей иногда возникает желание создать никнейм, который будет отличаться по каким-то параметрам от основной массы. В связи с этим возникают варианты одного и того же личного имени. Среди основных способов такого различия следует выделить:

- Использование цифр: *Влад: 3, Людовик 3, Nikolai 2, Ксения 7-11, Олег 7, Адель ***777***. Ilnar 777, Sveta 777;*

- Изменение регистра написания (прописные и строчные буквы): *Эльвира Аа, Аня А-Н-Я, Е-Л-Е-Н-А Курнаева, Наталья У-С-П-Е-Ш-Н-А-Я, Ва рвара Аб;*

- Ввод дополнительных слов или символов (@, _ , ' ^): *Неля А*, А_Нюта, Настя ♡, ильнур***, М@риночка@ Козина, В@НО Егорыч, Руст@m З@рипов, Лера *****на, Настё на*;*

- Нарушение орфографических норм: *Мартин Маратовичь, Владимир Путин.*

Безусловно, возможности формальных преобразований вышеуказанных никнеймов очень ограничены.

Можно с уверенностью сказать, что группа антропонимических никнеймов является самой многочисленной в ВКонтакте. Это и не удивительно, ведь цель данной социальной группы - общение с реально существующими людьми, а наличие имен и фамилий, пусть и не всегда настоящих, создает атмосферу доверия.

2) Смешанные никнеймы

Данные никнеймы включают в свой состав имя личное и нарицательный элемент, который может являться характеристикой пользователя. В эту же группу вхо-

дят никнеймы, которые указывают на место жительства. Оба элемента имеют одинаковое значение: антропонимический элемент (одно из настоящих имен человека) является главным в никнейме, так как является индивидуализатором, а нарицательный элемент дает характеристику ему по каким-либо внешним или деятельностным признакам.

Итак, группу смешанных никнеймов мы условно делим на:

1. Характеризующие смешанные никнеймы: *Татьянка Любимая, Фирдюс Фартовый, Янка Капризная, Рэм Синеглазый, Артур Позитивный, Алиска Брюнетка, Денис Коварный, Никодим Угрюмый, Светлана Бессмертная, Регина Королевская, Колян Добрый, Лениза Врач, Никита Картавый, Иришка Солнышко, Янчик Цыганчик, Булат Хороший, Ксюнечка Прекрасная, Наталья У-С-П-Е-Ш-Н-А-Я, Юлиана-И-Лиана Друзья-На-Веки, Юля-И-Ангелина Подруги-На-Всегда, Ксенька Не-Столь-Важно.*

2. Никнеймы, указывающие на место жительства или нахождения: *Саня Казанский, Артур Казанский, Рыбак Казанский, Наиф Сабы, Кира Казань, Карина Казань, Максим Казань, Руслан Татарстан, Лена-Из-Казани Казакова, Сергей Из-Казани, Ольга Из-Казани, Серёжка Не-Из-Казани, Милана Из-Милана.*

Авторы никнеймов – характеристик хотят сообщить о своих чертах характера, внешности, каких-либо особенностях, социальном положении, образовании, национальности. Так, например, *Ксюнечка Прекрасная* показывает всем, что обладает привлекательной внешностью, хотя это может оказаться неправдой.

Таким образом, мы видим желание пользователей использовать свои реальные имена, приписывая им определенные характеристики.

3) Апеллятивные никнеймы.

Данная группа содержит только нарицательные элементы. По структуре они бывают однословные и композиты. В процессе анализа мы установили, что в социальной группе ВКонтакте г. Казани практически нет однословных никнеймов, что объясняется форматом подобного рода групп, так как при регистрации необходимо ввести имя и фамилию.

Пример однословного никнейма: *Светл@на ;).*

Двусловные никнеймы в своей структуре содержат имя существительное и прилагательное или состоят из двух существительных, немногочисленную группу представляют сочетание имени существительного с глаголом, местоимением или числительным. В эту группу также вошли никнеймы, написанные в одно слово, но имеющие в своем составе два полных слова.

К многословным никнеймам относятся те, которые имеют в своей структуре более двух элементов. Кроме того, нами выделена группа никнеймов, которые по структуре являются полноценными предложениями.

Приведем примеры двусловных и многословных никнеймов в соответствии с вышеуказанной классификацией:

- существительное + существительное (*Солнце Дождь, Любовь Любовь, Принцесса в Кедах, Путник Из-Рая, Малышка-На Миллион*);

- существительное + прилагательное (*Красивая Вредина, Знакомый Доктор, Маленькая Блондинка, Романтическая девушка, Маленький принц, Принц Великолепный, Романтическая девушка, Брюнет Высокий, Маленькая Капризуля*);

- существительное + глагол (*Люблю ♥ Жизнь, Ищу Любовь, Счастье Есть, Ищу девушку-из-Казани*);

- прилагательное + прилагательное (*Сильная-Смелая Гордая*);

- глагол + глагол (*Вышел Прогуляться, Спать Хочется*);

- прилагательное+ существительное+ существительное (*Секретный поклонник Алии, Домашний-Повар На-Час*);

• ники-предложения (*Крестик Счастье в руках, Я-Буду-Любить-Тебя Всегда, Серёга Это я, ООО - Волжанин Завод - По-Производству -Оборудования; Анна-Васильевна-я-Люблю море-и-быстрый ветер, К-Чорту-Гордость Он-Важнее, Как-Он-Записан Так-И-Записан, Ты-Один Из-Нас, Я-На-Сайте-В Контакте, Дождь-На-Ресницах В-Душе-Зима, Душа-Гуляет-А Сердца-Скучает*).

Вышеуказанные никнеймы скрывают личность их создателей.

Безусловно, наибольший интерес для исследователей представляет группа апеллятивных никнеймов, так как именно эти никнеймы являются результатом преобразования имени нарицательного в имя собственное, они показывают творческие возможности личности.

Создавая никнеймы подобным образом, человек обретает возможность увидеть себя таким, каким хочет сам. Стоит добавить, что семантика подобных ников в большинстве случаев не является загадкой для окружающих.

Самыми распространенными в социальной сети Вконтакте являются двусловные никнеймы (фамилия и имя).

Можно сказать, что представленные выше примеры наглядно демонстрируют, что при создании никнеймов не последнюю роль играют графические средства.

Итак, мы представили структурную классификацию никнеймов пользователей социальной сети ВКонтакте г. Казани по роду словесных знаков (использование собственных или нарицательных имен, сочетание этих имен) и количеству компонентов, которые в них входят.

Литература

Ермолович Д.И. Имена собственные: теория и практика межъязыковой передачи / Д.И.Ермолович. – М.: Р.Валент, 2005. – 416 с.

Чистова С.С. Сопоставительное исследование прецедентных феноменов в российской и американской рекламе бытовой техники и транспортных средств: дис. ... канд. филол. наук / С.С.Чистова. – Екатеринбург, 2009. – 236 с.